

Navodila za LAJF

Uvid

Milenijci so **generacija, ki ceni udobje doma** – kar 78 % jih raje čas preživlja doma kot zunaj. (vir: whitehutchinson.com) Ko si doma, verjetno misliš, da se ti nič ne more zgoditi in si daleč stran od vseh nevarnosti, a **nesreča ne počiva niti doma**. Prav doma se namreč zgodi največ neljubih in nerodnih trenutkov (ki se končajo z obiskom bolnišnice), odrasle med 25. in 44. letom pa doleti skoraj 32 % vseh nezgod v gospodinjstvu. (vir: housegrail.com)

Ideja

Naša ciljna skupina je v obdobju življenja, kjer je velik korak v “odraslo življenje” tudi iskanje (prvega) stanovanja, **selitev iz domačega gnezda in opremljanje novega doma**. Vznemirljivo, a stresno obdobje, polno morebitnih nepričakovanih scenarijev.

Pri novem obdobju v življenju se srečajo tudi z novim izzivom – opremljanje po čim nižjih stroških, zato se pri selitvi na svoje vedno zgodi **obvezen “trip v Ikeo”**, ki ponuja pohištvo po ugodnih cenah.

Ko prvič odletiš iz domačega gnezda in se seliš v novo, potrebuješ podporo. Zavarovalnica Triglav tukaj nastopi kot varnostni pas, ki **poskrbi za varno prihodnost mladih** (tudi če si v svojem novem domu večkrat izpostavljen “**štorastim**” trenutkom ali nerodnim nezgodam).

Pohištvo vedno dobiš skupaj z navodili – zakaj ne bi enako veljalo za lajf?

Ob nakupu priljubljenih Ikeinih kosov tokrat niso tako priložena le navodila za montažo, temveč tudi **Navodila za LAJF**.

Izvedba

1. PR stunt v Ikea trgovini

V prvi fazi aktivacije v trgovino postavimo prizore nerodnih nezgod (npr. zdrs po mokrih ploščicah v kopalnici). Pri prizoru razmetane kopalnice dodamo nagovor s QR kodo za dostop do navodil za lajf, naš “življenjski priročnik” pa vključuje še enostaven korak (CTA) za sklenitev LAJF zavarovanja preko digitalne poslovalnice: **i.triglav**.

2. Spletna trgovina in aplikacija Ikea

Ob nakupu priljubljenih izdelkov, ki jih mladi kupijo za prvo stanovanje (kot je MALM predalnik, KALLAX regal ali LACK mizica) **se v košarico samodejno doda tudi priročnik “Navodila za LAJF”**. Pri prijavi v Ikea račun mladi označijo svojo starost, kar omogoča še dodatno targetiranje relevantne ciljne skupine.

3. Razstavni eksponati in embalaža izdelkov

Tiskana različica navodil za lajf je priložena izbranim izdelkom – na prvi pogled izgledajo kot klasična Ikea navodila za montažo, ponudijo pa s humorjem obarvana “življenjska priporočila” in možnost enostavne sklenitve zavarovanja LAJF preko QR kode.

4. Dodatna promocija

- **Digitalno oglaševanje** na spletnih straneh Nepremičnine.net, Mojikvadrati.com in FB strani Stanovanjce, Stanovanjce, kje si? s pozivom: **“Kmalu na svojem? Ne ostani brez navodil za LAJF.”**
- **Youtube oglasi** pri videih za montažo pohištva, z nagovorom: **“Za pohištvo vedno najdeš navodila – zakaj ne bi enako veljalo za lajf?”**
- **OOH nalepke** na različnih lokacijah, kjer se zadržuje naša ciljna skupina (na semaforjih, blizu co-working pisarn, pri trgovinah z otroško opremo ...) z nagovorom in QR kodo, ki vodi na digitalni priročnik.

5. Triglav x Ikea – darilne kartice

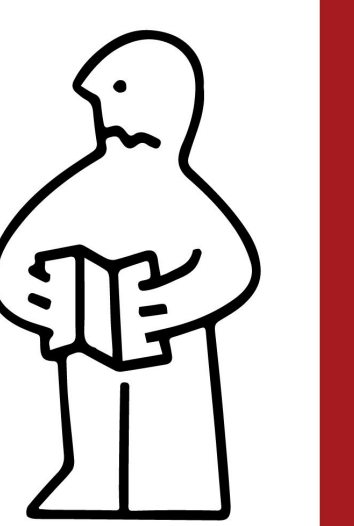
Vsi novi uporabniki, ki v okviru aktivacije sklenejo zavarovanje LAJF, prejmejo tudi Ikeino darilno kartico kot dobrodošlico za svoje nove poglavje in podvige v novem domu.

Navodila
za LAJF

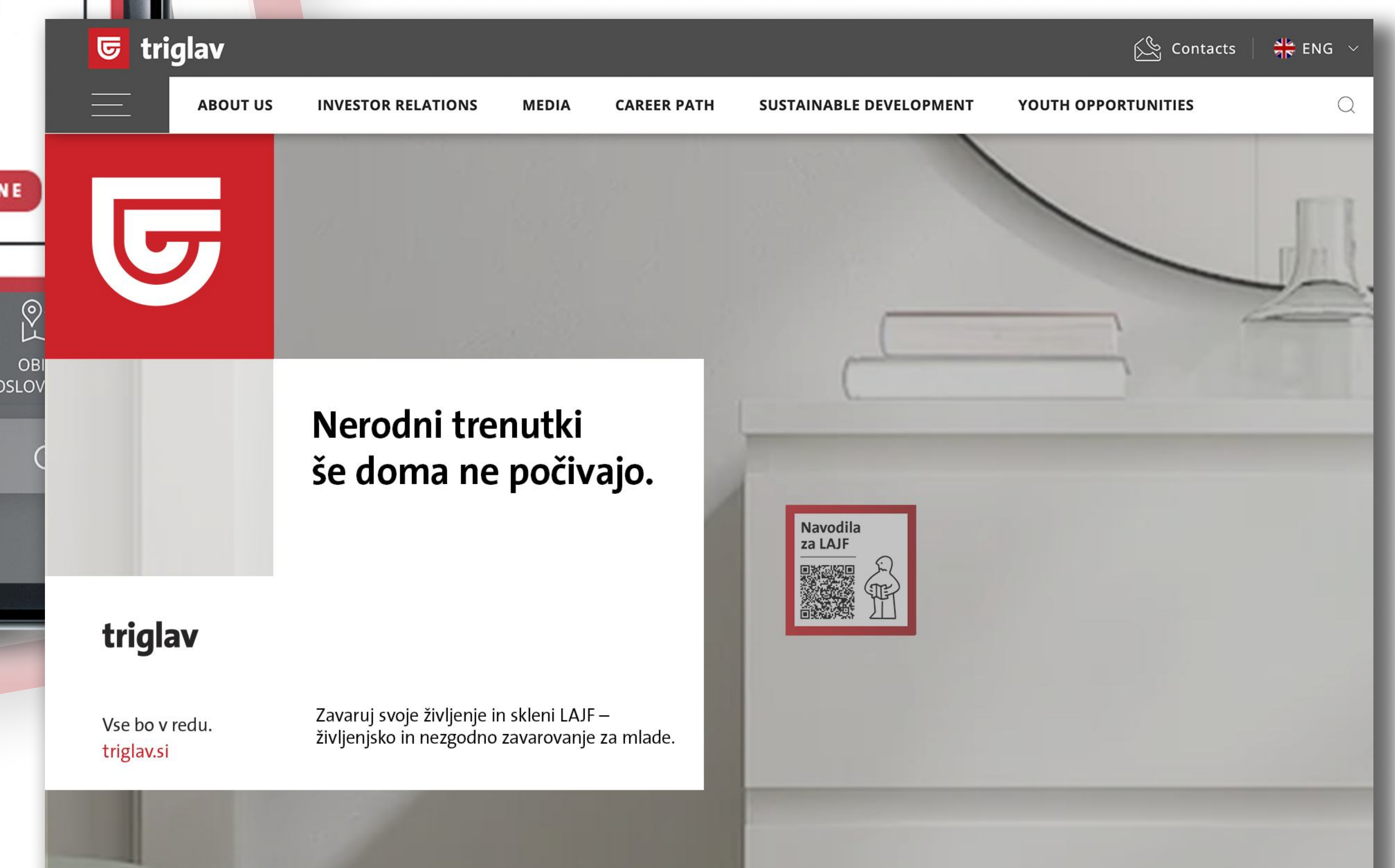
Ko se ti zazdi, da iz predalnika
ne boš potegnil samo modrih
nogavic, temveč tudi modrico,
ga pritrdi na steno.



Ko se zgodi življenje,
včasih potrebuješ le
navodila za LAJF.



“Če bi lajf vsaj prišel
skupaj z navodili!”



PR stunt v Ikea
trgovini

Razstavni
eksponati in
embalaža izdelkov

Triglav x Ikea
– darilne kartice

Spletna trgovina in
aplikacija Ikea

Digitalno
oglaševanje in
OOH nalepke